



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS**

**Tesina para optar al Título de
Ingeniero de Sistemas**

“MANUAL DE FUNCIONES PARA MABE NICARAGUA”

Elaborado por:

Br. Ana María Díaz Cubillo. (2006-22395)

Br. Nilson Adaly Castellón Tercero. (2006-22207)

Br. Rodrigo Ignacio Díaz Briceño. (2004-12720)

Tutor:

Mba.Ing. Silvia Marcela Ibarra Bucardo.

Abril, 2012



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERÍA
FACULTAD DE CIENCIAS Y SISTEMAS
DECANATURA**

Managua, 22 de Diciembre de 2011

**Br. Ana María Díaz Cubillo
Br. Nilson Adaly Castellón Tercero
Br. Rodrigo Ignacio Díaz Briceño**

Sus manos

Apreciables Brs.

Por medio de la presente se les comunica que el tema de tesina titulado: **"MANUAL DE FUNCIONES PARA MABE NICARAGUA"**, cumple con los requisitos y normativas establecidos para la evaluación de los cursos de graduación, como forma de culminación de estudios por lo que queda oficialmente aprobado. La tutora responsable es la Mba. Ing. Silvia Marcela Ibarra Bucardo.

Atentamente,


Lic. Carlos Alberto Sánchez Hernández.
Decano



Cc: Mba. Ing. Silvia Marcela Ibarra Bucardo -Tutora, FCS Archivo Diciembre 2011

AGRADECIMIENTO

Ana Díaz:

Primeramente a Dios, por que sin su misericordia y amor nada de esto hubiese sido posible, especialmente por toda su ayuda en el camino de la vida para lograr ser una mejor persona.

A todas aquellas personas que contribuyeron en cada uno de los aspectos para lograr esta meta, en especial a nuestra tutora por su tiempo y sobre todo por la voluntad de ayudarnos ante cualquier situación.

Nilson Castellón:

Agradezco a Dios, por haberme permitido la vida, salud y sabiduría para lograr culminar con éxito mi carrera universitaria.

A mi Papá, por haber hecho grandes sacrificios para brindarme la posibilidad de ser alguien mejor.

Rodrigo Díaz:

Especialmente a Dios, que con su infinito amor me ha guiado y brindado salud, entendimiento y perseverancia para lograr todas mis metas y proyectos.

A mis maestros por su guía en la senda del conocimiento para poder lograr la excelencia como profesionales.

DEDICATORIA

Ana Díaz:

A mi madre, por haberme dado esta oportunidad, por ser el ejemplo vivo de lucha, superación, disciplina y sobre todo amor, por ser ese apoyo cuando caía, pero sobre todo por forjar mi carácter y enseñarme que siempre se llega hasta donde se sueña llegar y que con fe y amor todo se logra.

A mi mamita, por su amor y por qué con esto doy por cumplida la promesa que algún día hicimos.

Nilson Castellón:

Le dedico este triunfo a mi abuela quien siempre me apoyo con sus consejos, tiempo y dedicación.

Rodrigo Díaz:

A mis padres, que con todo su esfuerzo y amor siempre me apoyaron incondicionalmente durante toda mi formación integral, educativa y profesional.

INDICE

INTRODUCCION.....	1
JUSTIFICACION.....	2
RESUMEN DEL TEMA.....	3
OBJETIVOS	4
Capítulo I: Análisis Situacional	5
1.1. Metodología.....	5
1.1.1. Recopilación de información.....	5
1.1.2. Entrevista	5
1.1.3. Observación	6
1.2. Situación Actual de la Empresa	7
1.3. Misión y Visión de la empresa.....	8
1.4. Valores Institucionales.....	9
1.5. Objetivos Institucionales.....	10
1.6. Estructura Organizacional y Niveles de Jerarquía	11
1.6.1. Fig. 1.Organigrama Actual	12
1.6.2. Tabla 1: Puestos Actual vs. Propuestos	13
1.6.3. Fig 2.Organigrama propuesta.....	14
Capítulo II: Manual de Funciones	15
2.1. Nivel de Decisión:	15
2.1.1. Gerencia del País:	15
2.2. Áreas funcionales:	18
2.2.1 Asistente de Gerencia.....	18
2.2.2 Jefe de Mercadeo.....	20
2.2.3 Jefe de Recursos Humanos.....	23
2.3 Staff.....	25
2.3.1 Responsable de PDV (Puntos de Ventas)	25
2.3.2 Distribuidor de Marca.....	27
CONCLUSIONES.....	29
RECOMENDACIONES.....	30
BIBLIOGRAFIA	31
GLOSARIO TÉCNICO	
ANEXOS	
Anexo 1: ENTREVISTA (Gerente de País)	
Anexo 2: ENTREVISTA (Jefe de Mercadeo y Jefe de Capacitación)	
Anexo 3: FICHAS OCUPACIONALES actuales Mabe - Nicaragua	
Anexo 4: INSTALACIONES Mabe-Nicaragua	

INTRODUCCION

Mabe S.A es una empresa dedicada a la fabricación de productos de línea blanca, los cuales se distribuye a nivel mundial, siendo una de las marcas más reconocida por la innovación y calidad de sus productos.

A nivel Centroamericano ha expandido su mercado, dando paso a la necesidad de colocar oficinas en cada uno de los países siendo Costa Rica la Casa Matriz a nivel Centroamericano.

En Nicaragua abre sus operaciones a inicio del año 2000, debido a su compromiso y fidelidad hacia sus clientes, los cuales por años han preferido los productos de línea blanca que distribuyen bajo su marca.

Sin embargo, se detectaron debilidades en el cumplimiento de las actividades y metas propuestas debido a que los empleados poseen una sobre carga de funciones, pero también se observó que todas las decisiones que se llevan a cabo en Mabe-Nicaragua se transmiten a la gerencia regional, incluyendo las actividades propias del gerente de país, lo cual ocasiona atrasos en el desempeño de dichas tareas.

El presente trabajo pretende dar a conocer la problemática que enfrenta Mabe-Nicaragua en su distribución de funciones con el fin de plantear una solución óptima para tener una mejor relación entre jefes y subordinados para que sea lo más estrecha posible.

Debido a que como empresa debe enfrentarse a la competencia y los cambios en los gustos de los clientes, por lo tanto debe mantener sinergia entre los empleados, fortaleciendo la dirección.

Como alternativa de mejora a lo expuesto anteriormente, se desarrollo la tesina titulada: ***Manual de Funciones para Mabe Nicaragua***, con el fin de proveer a la empresa un documento que refleje una descripción de puestos que servirá como un instrumento de orientación a los colaboradores en general.

JUSTIFICACION

Mabe Nicaragua posee un gran potencial en sus trabajadores, como se sabe el recurso humano es uno de los factores fundamentales para el éxito o fracaso de empresa, por ende la adecuada estructura organizacional y la delimitación de funciones ayudara a la eficiente conducción del equipo de trabajo y el desarrollo del recurso humano que permita la prevención de conflictos y resolución de los mismos de manera rápida y oportuna.

Este documento pretende brindar a la empresa un modelo de estructura organizacional con el cual se genere las bases para el mejoramiento en su forma de trabajar, dirección de negocio, manejo de personal y establecimiento de funciones.

Algunos de los beneficios que se espera que la empresa pueda al contar con el manual de funciones son:

1. Tener un documento formal de referencia, al cual pueda recurrir al momento de inducir al personal.
2. Facilitar el logro de objetivos de la empresa, definiendo el contenido de cada puesto para llevar a cabo funciones y actividades en particular.
3. Mejorar la coordinación interna de cada puesto.
4. Distribuir de manera eficiente el trabajo.
5. Evitar duplicidad del trabajo.
6. Influir en el mejoramiento de la calidad.

RESUMEN DEL TEMA

Mabe Nicaragua se dedica a la comercialización y distribución de productos de la línea blanca procedente de costa rica.

El problema identificado en la empresa es la falta de organización en las actividades y excesiva asignación de funciones en los puestos de trabajo,

Mabe presenta una alta rotación de personal y no cuenta con una persona que se dedique específicamente a las labores de recurso humano como tal,

El gerente regional envía un cronograma de actividades de promoción y metas que se debe llevar a cabo por lo cual se efectúa una reunión una vez definida las tareas que se deben ejercer.

Además como organización tienen una cultura como tal bien definida, la cual se ejerce y cumple a cabalidad.

El diseño de la estructura organizacional está basado en la estructura actual, con propuesta de reasignación de nombres de los puestos de trabajo

Sin embargo en sus fichas ocupacionales posee funciones similares entre los puestos de trabajo, así como una excesiva carga de funciones en otros puestos.

Por tal motivo se elabora un manual de funciones para el mejoramiento en el desempeño de los trabajadores y la empresa en el cumplimiento total de sus objetivos, basadas en el análisis y desarrollo actual.

OBJETIVOS

General:

- ◆ Elaborar un manual de funciones en Mabe-Nicaragua para orientar el recurso humano.

Específicos:

- ◆ Analizar la situación actual de la empresa.
- ◆ Estudiar la estructura organizacional actual en Mabe-Nicaragua.
- ◆ Diseñar un manual de funciones q oriente las responsabilidades a cada miembro de la empresa.

Capítulo I

ANÁLISIS SITUACIONAL

Capítulo I: Análisis Situacional

1.1. Metodología

El estudio realizado obedece a una investigación cualitativa de tipo descriptivo en la que se persigue conocer la forma en que llevan a cabo cada una de las tareas que realiza el personal, con el propósito de detectar el problema que estén afectando el buen funcionamiento y rendimiento de los empleados.

1.1.1. Recopilación de información

Para realizar el estudio se recopiló información de fuentes primarias que brindaron información sobre la empresa.

A su vez está representada por el material bibliográfico que se consultó basándose en temas similares tales como: documentos, libros, páginas de internet, tesinas, documentación de la empresa, entre otros.

Se realizó un análisis a las fichas ocupacionales actuales de mabe-nicaragua con el fin de detectar los problemas que presentan los trabajadores en el desempeño de sus labores (ver anexo 3).

Se realizó un análisis del organigrama actual con el fin de analizar la coherencia de las relaciones entre los puestos de trabajo (ver figura de organigrama actual).

1.1.2. Entrevista

Se realizó entrevista al Gerente de País (Ver anexo 1), así como al Jefe de mercadeo y Jefe de capacitación (Ver anexo 2), estas entrevistas estaban enfocadas en determinar:

- ◆ La estructura organizacional de la empresa, bajo la cual se desempeñan los cargo.
- ◆ Los tomadores de decisión.
- ◆ Percepción de las funciones que desempeña.
- ◆ El rol que lleva a cabo cada uno de los colaboradores.
- ◆ Relaciones interpersonales.
- ◆ Información General del funcionamiento de la empresa.

Una vez recopilada la información se procedió al análisis para efectuar un diagnostico inicial.

1.1.3. Observación

Se utilizara el método de observación para conocer el desarrollo habitual del negocio, administración, organización así como las relaciones de trabajo.

1.2. Situación Actual de la Empresa

Desde sus inicios los productos de línea blanca que ellos distribuyen han sido exportados desde Costa Rica que es la casa matriz a nivel Centroamericano, por consiguiente la sede Nicaragua se encarga de la distribución y promoción de dichos productos.

A medida que han pasado los años ha ido expandiendo el portafolio de productos, aumentando la demanda y buscando siempre como satisfacer las necesidades de sus clientes tomando el factor positivo del uso de nuevas tecnologías.

Actualmente en Mabe Nicaragua laboran: El Gerente de País, Asistente Comercial, Jefe de Mercadeo, Jefe de Capacitación, Jefe de PDV, y los promotores que está conformado por las casas comerciales.

Según los resultados reflejados se destaca:

- Los empleados no comprenden sus funciones a cabalidad.
- Sienten una excesiva carga de funciones que no les permite cumplir a totalidad sus objetivos.
- La relación que se ha desarrollado entre Gerentes y Subordinados no ha sido la más amena.
- en que los trabajadores no pueden dar repuestas inmediatas a situaciones con los promotores sin ser consultadas y aprobadas por el Gerente de país. A su vez el Gerente de país no puede dar una aprobación a decisiones propias de la institución.

1.3. Misión y Visión de la empresa

Misión:

- ◆ Desarrollar productos innovadores, de la más alta calidad, con un precio competitivo que satisfaga a millones de familias alrededor del mundo, generando la rentabilidad para nuestros socios y accionistas.

Visión:

- ◆ Convertirnos en los líderes globales del mercado de línea blanca, mejorando en todo momento, el mundo en el que vivimos.

1.4. Valores Institucionales

- *Compromiso:* Convenio, obligación o palabra dada para efectuar cualquier actividad estando conscientes de la misión.
- *Consideración:* Reconocer que cada miembro es el recurso más importante, ofreciéndole oportunidades de crecimiento y actualización tanto en lo profesional como en lo personal.
- *Colaboración y trabajo en equipo:* Es el apoyo oportuno, solidario, eficaz y adecuado entre quienes realizan las actividades para alcanzar los mejores resultados lo que nos permite contribuir conjuntamente al crecimiento de la organización día a día.
- *Disciplina:* Cumplimiento de las normas y políticas establecidas en la empresa.
- *Excelencia:* Búsqueda permanente del mejoramiento de la calidad en los procesos, productos y demás asuntos relativos, para encontrar una manera más óptima de servir al cliente.
- *Respeto:* Conducta, lenguaje y trato acorde con las buenas costumbres; creer en la importancia de la persona como individuo y estar convencido de que entre seres humanos deben trabajar con propósito y valores comunes.
- *Responsabilidad:* Disposición permanente de cumplir los compromisos adquiridos sin desviarse del objetivo fundamental, tener el hábito de rendir cuenta oportunamente y de justificar los actos, conservar memorias de los aciertos, pero también de los accidentes del esfuerzo.

1.5. Objetivos Institucionales

General

◆ Entender las necesidades de nuestros clientes en sus hogares y poder satisfacerlas con productos de calidad, funcionales, con alto diseño y tecnología, acercándonos de esta manera cuantas familias nos sea posible para hacerles la vida más fácil, ofreciéndoles las mejores soluciones en línea blanca.

Específicos

- ◆ Ofrecer las mejores soluciones para la vida cotidiana de cada uno de nuestros clientes.
- ◆ Comprometernos con millones de familias que por generaciones, han depositado su confianza en nosotros.
- ◆ Buscando siempre nuevas oportunidades de negocio alrededor del mundo y la expansión de nuestro liderazgo.

1.6. Estructura Organizacional y Niveles de Jerarquía

La sede de Mabe actualmente posee una estructura jerárquica funcional en Nicaragua, está conformada por un equipo de trabajo interdisciplinario que labora con responsabilidad, entusiasmo y armonía comprometido con su misión, visión y valores institucionales.

La Gerencia de País está adscrita estructuralmente a la máxima autoridad manteniendo su autonomía operacional y diez (10) áreas dentro de las cuales se encuentra como subordinados inmediatos el Jefe de mercadeo, el Jefe de capacitación y el asistente comercial

Dentro del siguiente nivel se encuentra el Jefe de Puntos de ventas seguidos por los Promotores, los cuales están compuesto por: El Gallo más gallo, la Curacao, El verdugo, Almacenes Siman, Prolar y Copasa.

Gerencia:

- Gerente de País

Áreas Funcionales:

- Asistente Comercial
- Jefe de mercadeo
- Jefe de capacitación

Áreas de Staff:

- Jefe de PDV
- Promotor 1
- Promotor2
- Promotor 3
- Promotor4
- Promotor 5
- Promotor 6

1.6.1. Fig.1.Organigrama Actual

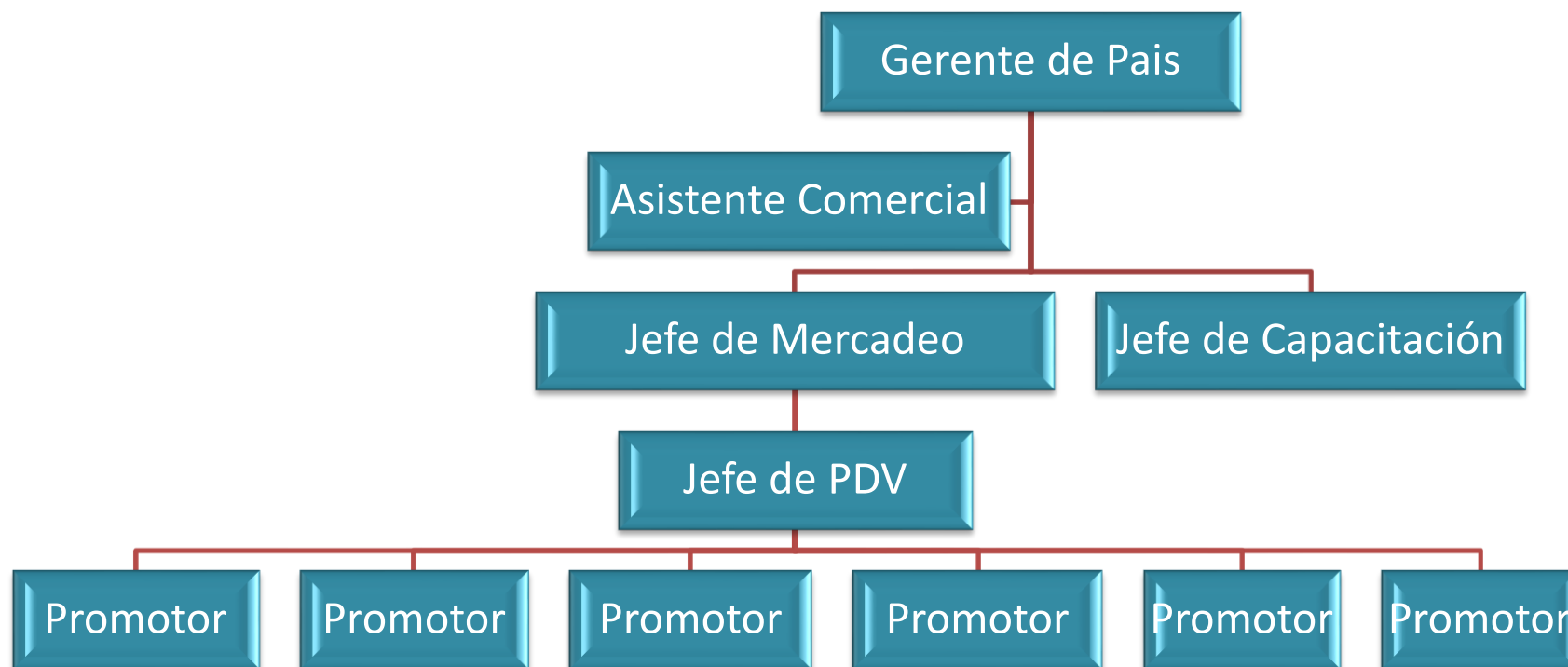


FIG. 1 ORGANIGRAMA ACTUAL

1.6.2. Tabla 1: Puestos Actual vs. Propuestos

Gerencia	Denominación		Observaciones
	Actual	Propuesta	
<u>Gerencia General</u>			
	Gerente de país	Gerente de país	-
<u>Áreas Funcionales</u>			
	Asistente Comercial	Asistente Comercial	-
	Jefe de mercadeo	Jefe de Mercadeo	-
	Jefe de Capacitación	Jefe de Recursos Humanos	Cambio del nombre de puesto, en vista que las funciones a su cargo son orientadas al recurso humano.
<u>Staff</u>			
	Jefe de PDV	Responsable PDV	Cambio de nombre de puesto, debido a la naturaleza de las actividades que lleva a cabo.
	Promotores (6)	Distribuidores (6)	Cambio de nombre, debido a que dichos promotores efectúan la labor de distribuir al Cliente final pero no de promoverlos.

1.6.2. Fig 2.Organigrama propuesta

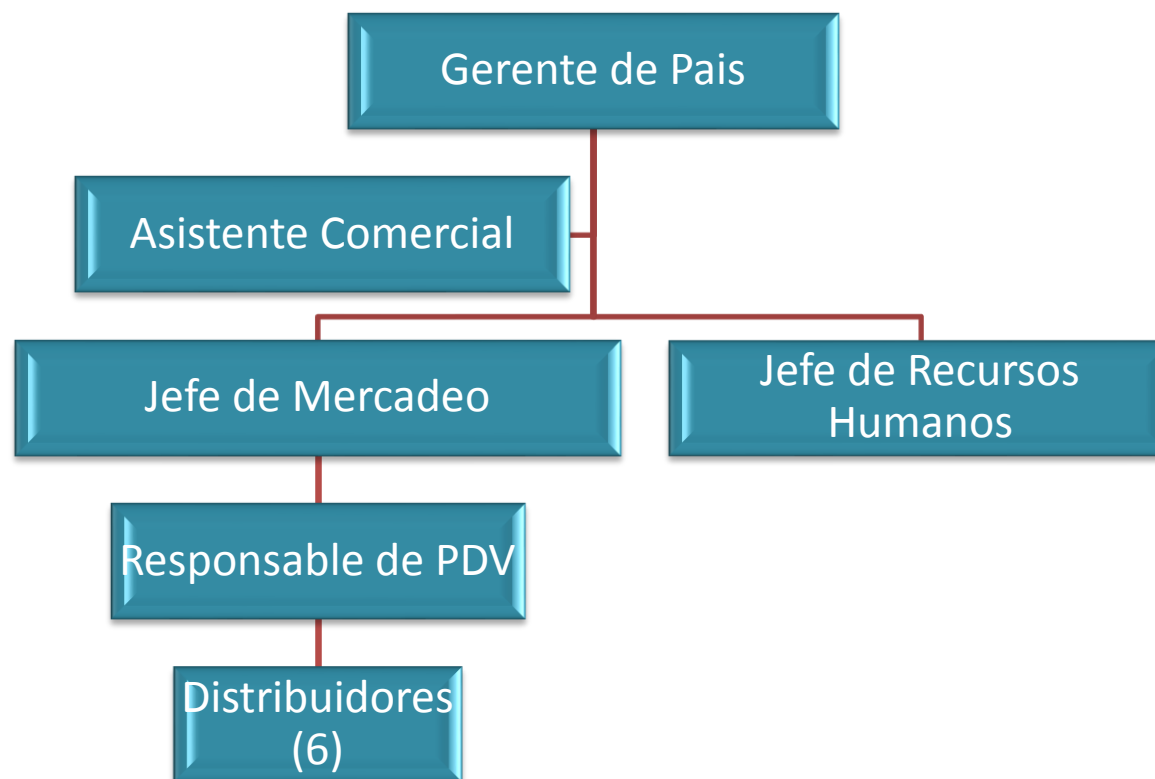


FIG.2:ORG. PROPUESTA


Capítulo III

MANUAL DE FUNCIONES

Capítulo II: Manual de Funciones

2.1. Nivel de Decisión:

2.1.1. Gerencia del País:

	
Nombre del Cargo:	Gerente de País
Dependencia Organizativa:	No depende de ninguna organización.
Área a la que pertenece:	Gerencia General
Cargo del superior Inmediato:	Gerente Regional
Cargos Subordinados:	Asistente Comercial Jefe de Mercadeo. Jefe de Recursos Humanos.
Propósito del Cargo:	Planifica, organiza, dirige, desarrolla, controla, supervisa las actividades diarias de los departamentos subordinados para asegurar el buen desempeño y crecimiento de las marcas y las ventas con el fin de efectuar decisiones acertadas para el buen funcionamiento de la empresa.

FUNCIONES
<ul style="list-style-type: none"> - Coordina, supervisa y dirige las actividades de la empresa, a través de reuniones periódicas con las diferentes áreas. - En conjunto con la gerencia el jefe de mercadeo diseña las estrategias de crecimiento para añadir nuevos y mejores productos. - Autoriza facturas de créditos a clientes especiales. - Firma la documentación o formularios para el INNSS, INATEC, DGI, Alcaldía. - Mensualmente revisión de productividad y cumplimiento de planes. - Revisa y Aprueba el Plan General de Trabajo y el Presupuesto Anual de Ingresos y Egresos de Mabe Nicaragua. - Da a conocer y coordina las metas y objetivos que debe cumplir los trabajadores. - Aprueba las normas y regulaciones de la estructura organizativa. - Ejecuta todos los actos y celebrar contratos de la empresa y los cuales estuvieran comprendidos dentro del objetivo y funciones de la empresa. - Asegura el cumplimiento de metas de ventas y despachos, el establecimiento de relaciones comerciales con los clientes. - Aprueba Fondos de Caja Chica. - Acepta nuevos clientes. - Determina listas de precios y cambios en los mismos (cantidades, plazos y precios). - Revisa y autoriza los estados financieros que representen el uso del efectivo. - Administra el cumplimiento de las obligaciones laborales. - Verifica y autoriza planes de presupuestos de ventas. - Autoriza la administración de la propiedad y del equipo
Relaciones principales con otros cargos: Asistente Comercial, Jefe de mercadeo, jefe de recursos humanos.
Relaciones principales con otras Instituciones: Alcaldía, INNSS, DGI, DGA, Instituciones bancarias.

Requisitos profesionales:

Lic. En Mercadeo, administración de empresas o carreras a fines.

Experiencia Laboral:


Mínimo 5 años en puestos similares

Conocimiento y Habilidades requeridas:

- Dominio del idioma ingles hablado y escrito.
- Manejo de personal
- Conocimientos en administración, economía o mercadeo
- Capacidad de liderazgo.
- Capacidad de análisis
- Habilidad de negociación
- Capacidad para la toma de decisiones acertadas.

2.2. Áreas funcionales:

2.2.1 Asistente de Gerencia

	
Nombre del Cargo:	Asistente Comercial
Dependencia Organizativa:	Gerente de País
Área a la que pertenece:	Área Funcional
Cargo Superior Inmediato:	Gerente del País.
Cargos de Subordinados:	No tiene debido a que su interdependencia es con el Gerencia de País y sirve de apoyo con las áreas subordinadas sin seguir órdenes de esos niveles.
Propósito del Cargo:	Desarrolla perspectivas y presta asistencia al Gerente del País.
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> - Mantiene actualizados y archivados los documentos - Decepcionar, analizar, sistematizar y archivar la documentación clasificada de la gerencia de país. - Ordenar y solicitar respuesta a los documentos para la firma del gerente general. - Realizar otros trabajos inherentes a sus puestos que le sean solicitados al gerente de país. - Colecta, filtra y disemina datos informativos para la realización de informes mensuales. - Confección de cartas, memos, notas de crédito, débito, solicitudes de transferencia. - Administración de la propiedad y del equipo. - Aquellas tareas de apoyo de la Gerencia. 	

Relación Principal con otros puestos:

Jefes de áreas para comunicar orientaciones del Gerente de país.

Relación Principal con otras instituciones:

Clientes y publico en general que requieran información sobre gerencia y o soliciten un cita con el gerente de país.

Requisitos Profesionales:

Lic. Administración de empresas o carreras a fines.

Experiencia Laboral:

Mínimo 1 año en puestos similares.

Conocimientos y Habilidades Requeridas:

- Trabajo bajo presión.
- Dominio intermedio del idioma ingles.
- Habilidad de redacción.
- Conocimiento de Office.
- Capacidad de proporcionar alternativas óptimas para la solución de problemas.
- Operador de Microcomputadoras.
- Conocimiento de proceso de compras.

2.2.2 Jefe de Mercadeo

mabe	
Nombre del Cargo:	Jefe de Mercadeo
Dependencia Organizativa:	Gerente de País
Área a la que pertenece:	Área Funcional
Cargo Superior inmediato	Gerente de País
Cargos Subordinados:	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Responsable de PDV ❖ Distribuidores
Propósito del Cargo:	Administra las marcas de una forma más eficiente y eficaz, planeando y desarrollando actividades dirigidas a la venta de nuestros productos, identificando las características de los consumidores y los mercados. Creando valor a la marca y un excelente servicio al cliente.
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> - Sirve de enlace como empresa y las agencias de publicidad o de promociones con las cuales se contratan diversas funciones de publicidad o promoción. - Selecciona los medios de comunicaciones con bases objetivas tales como radio, televisión, periódicos, revistas, y publicidad externa - Da seguimiento y coordina los esfuerzos publicitarios y tiempos de exposición en medios masivos (radio, TV prensa, medios exteriores). 	

- Apoya el desplazamiento de los productos en los pisos de ventas a través de:
- Desarrollo de un plan de trabajo de Promotoria.
- Colocación de material POP.
- Crea promociones de ventas: estableciendo un acercamiento con los clientes combinando publicidad con incentivo de compra para incrementar las ventas, apoyo en publicidad compartida de marcas, patrocinios promociones al consumidor final, promociones al vendedor de piso, desarrollo de actividades BTL, participación en exhibiciones especiales y ferias.
- Efectúa Investigación de Mercado, recolectando información, segmentación de mercados, pronósticos, desarrollo de modelos, valoración de análisis, necesidades de los consumidores, floor share, presencia de marca, reporte de precios, actividades de la competencia.
- Desarrolla alianzas con otras empresas y relaciones de trabajo con proveedores externos (agencia de publicidad, de relaciones públicas, distribuidores).
- Cuida la imagen de la marca y manera de exhibición.
- Desarrolla de estrategias por marca, producto, precio, canal etc.
- Efectúa reporte de gastos que efectúa dicha área.
- Desarrolla de folletos, catálogos, promocionales y otros materiales fundamentales para la venta.

Relación Principal con otras instituciones:

Medios de comunicación: escritos, televisivos y radiales.

Relaciones principales con otros cargos:

Responsables de PDV, distribuidores, jefe de recursos humanos.

Requisitos Profesionales:

Graduado de Mercadeo y Publicidad.

Posgrado de preferencia en el área de Publicidad.

Diseñador Gráfico.


Experiencia Laboral:

Al menos de 2 años en puesto similares.

Conocimientos y Habilidades Requeridas:

- Dominio del idioma ingles hablado y escrito.
- Conocimiento del paquete office.
- Elaboración de campañas publicitarias.
- Manejo de personal
- Capacidad de liderazgo.
- Trabajo bajo presión.
- Habilidad de negociación.
- Conocimiento del índice del mercado nacional.

2.2.3 Jefe de Recursos Humanos

	
Nombre del Cargo:	Jefe de Recursos Humanos
Dependencia Organizativa:	Gerente de País
Área a la que pertenece:	Área funcional
Cargo superior Inmediato:	Gerente de País
Cargos Subordinados:	Ninguno
Propósito del Cargo:	Mantener relaciones laborales cordiales entre el personal de Mabe Nicaragua, además vela por que los empleados cumpla y se le haga cumplir lo establecido en el código Laboral y las políticas pertinentes dentro de la empresa
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> - Analiza y administra la remuneración del personal que labora en Mabe Nicaragua, así como supervisar el otorgamiento de las prestaciones a que tienen derecho. - Revisa documentos para INSS e INATEC. - Efectúa planillas de los trabajadores. - Participa en reunión mensual con la gerencia para evaluar el trabajo en desarrollo. - Controla y evalúa el cumplimiento de las políticas y reglamentos relacionados con los recursos humanos de Mabe Nicaragua. - Elabora normas, reglamentos, guías y demás instrumentos para el bienestar del empleado y la empresa. - Autoriza y administra al recurso humano idóneo para ocupar las plazas. - Proporciona las entrevistas brindadas por el Gerente Regional de los aspirantes a un puesto. 	

- Prepara los contratos de personal
- Atiende y proporciona apoyo a los trabajadores de Mabe Nicaragua.
- Propone las nuevas vacantes y elabora reclutamiento tanto interno como externo.
- Autoriza los convenios colectivos.
- Analiza la evaluación al desempeño del personal y detecta las deficiencias que se presenten.
- Efectúa presupuestos para la capacitación, entrenamiento y evaluación de los empleados de la compañía.
- Genera indicadores de necesidades de capacitación y adiestramiento.

Relación principal con otras instituciones:

INSS, Instituciones bancarias,

Requisitos Profesionales:

- Lic. En Derecho, Ing. Industrial o carreras a fines
- Postgrado de Gerencia de Recursos Humanos

Experiencia Laboral:


Al menos 5 años en puestos similares

Conocimientos y Habilidades Requeridas:

- Conocimiento del Código Laboral.
- Conocimiento de prestaciones laborales.
- Manejo de personal
- Capacidad de liderazgo.
- Trabajo bajo presión.
- Capacidad de análisis

2.3Staff

2.3.1 Responsable de PDV (Puntos de Ventas)

	
Nombre del Cargo:	Responsable de PDV
Dependencia Organizativa:	Responsable de Mercadeo
Área a la que pertenece:	Área de Staff
Cargo de superior Inmediato:	Jefe de Mercadeo
Cargos Subordinados:	Distribuidores.
Propósito del Cargo:	Planifica, coordina, supervisa y evalúa el trabajo del equipo de distribución, e implementa acciones que permitan mejorar su desempeño de los mismos
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisa directamente la labor de los promotores. - Capacita a los promotores en las labores del puesto y coordinar capacitaciones de producto para el equipo de Promotoria. - Asigna rutas de promotores. - Investiga y da repuesta a todo tipo de reclamo por parte de promotores de marcas. - Elabora consolidados de reportes de Promotoria: sell-out, sugeridos de ventas, producto sacado de bodegas, competencia, etc. - Coordina la solicitud de repuestos y la entrega del informe de reportes de servicio por ruta con Servicio Técnico. 	

- Desarrolla con los Promotores de marca más y mejores ubicaciones para la marca y productos de Mabe.
- Analiza la situación del mercado, identificando oportunidades y riesgos relacionados con la participación de nuestras marcas y productos en los PDV.
- Lidera la reunión quincenal de cada Promotoria.
- Verifica la rotación de los productos en los PDV e implementar planes de mejoras.
- Desarrolla en conjunto con el equipo comercial de Mabe (Comercial-Producto-Mkg) planes de acción que permitan mejoras de participación y sell-out de nuestras marcas en los PDV.
- Monitorea las acciones de la competencia en el PDV e informar de ellas al equipo comercial de Mabe (Comercial-Producto-Mkg).

Relaciones Principal con otros puestos:

Jefe de mercadeo, jefe de recursos humanos.

Relaciones Principal con otras instituciones:

Distribuidores: El gallo más gallo, Galerías Siman, Prolar, Copasa, Curacao, El verdugo.


Requisitos profesionales:

- Estudiante de último año de Mercadeo y Publicidad o carreras a fines.

Experiencia Laboral:

- Experiencia de al menos 2 año en ventas

2.3.2 Distribuidor de Marca

	
Nombre del Cargo:	Distribuidor de Marca
Dependencia Organizativa:	Mabe
Área a la que pertenece:	Área de Staff
Cargo del superior Inmediato:	Responsable de PDV
Cargos Subordinados:	No posee
Propósito del cargo:	Impulsa la venta de nuestros productos, visitar, atender y capacitar a todos los vendedores de su respectiva zona.
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> - Esta atento y reporta a la gerencia los movimientos de la competencia. - Vela porque los puntos de ventas estén bien decorados con el material POP dando una excelente presencia de productos y bien exhibidos. - Impulsar los productos de la marca - Vela porque los vendedores de piso de las tiendas conozcan las características y beneficios del producto. - Deberá de informar a cada uno de sus clientes asignados de la variedad de productos con los que. - Realiza investigación permanente sobre los precios de nuestros productos, y de los productos de la competencia, en los pisos de venta de los clientes. 	

Relación principal con otras instituciones: -
Requisitos profesionales: -
Experiencia laboral: -
<i>Conocimientos y Habilidades Requeridas:</i> - Manejo de personal - Capacidad de liderazgo. - Trabajo bajo presión. - Habilidad de negociación.

CONCLUSIONES

Mabe-Nicaragua posee un gran potencial en sus trabajadores, pues como se sabe el recurso humano es uno de los factores fundamentales para el éxito o fracaso de cualquier organización. Por ende la adecuada estructura organizacional y la delimitación de funciones ayudaran a la eficiente conducción del grupo de trabajo y el desarrollo de relaciones humanas que permitan la prevención de conflictos y resolución de los mismos de una manera rápida oportuna.

Es por ello que a partir del análisis de la empresa se detecto que los empleados poseen una sobre carga de funciones y por eso se elaboro una propuesta de organigrama el cual pretende el nombramiento de los puestos de trabajo y la creación de un nuevo puesto para lograr una distribución de funciones para un manual acorde a la naturaleza del cargo y la empresa, para ayudar a los empleados a tener un mejor entendimiento de sus actividades y el cumplimiento de las mismas.

Por otra parte se dio a relucir la importancia del papel que juega el Gerente de país no solo para la empresa sino también para sus empleados puesto contribuye al desarrollo de ambiente laboral.

Por otro lado es importante dar a los empleados la oportunidad de la toma de decisiones ya que esto puede ayudar significativamente a la empresa pero sobre todo a la retroalimentación de quienes la conforman, ya que quizás los empleados tengan aportes en conjunto importantes para el Gerente de País. Sin embargo la Gerencia Regional debe de dar el apoyo a estas iniciativas para que se lleven a cabo.

RECOMENDACIONES

- Se debe efectuar una revisión periódica del manual de funciones.
- Dar a conocer las funciones de cada cargo.
- Gerente de país debe de aplicar planes de motivación o incentivos para sus empleados basados en metas y cumplimiento de objetivos.
- Se debe mantener y propiciar un ambiente laboral cordial.
- El Gerente de País debe establecer reuniones entre el personal de manera periódica con el fin de intercambiar ideas y solucionar problemas en equipo.
- Dar a conocer el motivo del cambio de los nombre: Jefe de Capacitación y jefe de PDV, ya que tiene a confundir los niveles de jerarquía
- Realizar un análisis de Costo-Beneficio de la implementación de la propuesta, debido en que en la misma se encuentra el cambio de nombre de puestos de trabajo.
- Brindar autonomía y poder de decisión ante eventualidades sin tener que recurrir: por parte de los empleados al Gerente de País y por parte del Gerente de País al Gerente Regional.

BIBLIOGRAFIA

- ◆ **Trabajo de Curso final:** Análisis de la estructura Organizacional en INAA, hecho por docentes y estudiantes en la UNI-IES.
- ◆ **Documentos facilitados por la empresa:**
 - ✓ Organigrama.
 - ✓ Fichas Ocupacionales.
 - ✓ Giro del Negocio
- ◆ Consultas con Lucia Romero- Jefe de Mercadeo de Mabe Nicaragua.
- ◆ Sistemas.itlp.edu.mx/tutoriales/procesoadmvo/-organigramas
- ◆ Administración de Recursos Humano/
Idalberto Chiavenato
1er Edición
Año 1993

SITIOS WEB

- ◆ [www.google.com/funcionesde la organización.](http://www.google.com/funcionesde%20la%20organizaci%C3%B3n)
- ◆ www.google.com/politicasesempresariales.html
- ◆ www.monografias.com/analisisfoda/comoelaborarun analisis
- ◆ <http://es.scribd.com/doc/2165624/gerencia-recursos-humanos>
- ◆ http://html.rincondelvago.com/administracion-de-rrhh_16.html
- ◆ <http://www.mabe.com.mx/main.aspx>
- ◆ <http://www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml>

GLOSARIO TÉCNICO

- **GE:** General Electric
- **CIS:** Commonwealth of Independent States.
- **PDV:** Puntos de Ventas.
- **Camco:** Empresa más grande de Canadá de electrodomésticos y Distribuidora de General Electric.
- **CCE electrodomésticos:** Empresa de Electrodomésticos que GE sumo a su cartera de alianzas.
- **POP:** Material publicitario utilizado en el punto de ventas. (Viene de Point of Purchase- Puntos de Ventas)
- **Actividades BTL (BelowtheLine):** Técnica de marketing que consiste en el empleo de formas de comunicación no masivas.
- **Floorshare:** Significa Compartir Piso.
- **Forecast:** Significa Pronósticos.
- **sell-out:** Significa Ventas Agotadas.
- **Serviplus:** Única empresa de servicios post-venta de Mabe que respalda las marcas líderes del mercado de líneas blanca.
- **F. O. D.A:** Fortalezas Oportunidades Debilidades y Amenazas.
- **Mkg: Marketing=** Mercadeo.
- **NIC:** Normas Internacionales de Contabilidad.
- **Feedback:** Retroalimentación, información del proceso.
- **Distribuidores:** Son los promotores de marca, es decir los establecimientos o casa comerciales donde se venden los productos Mabe como: Gallo más gallo, la Curacao, El verdugo, Almacenes Siman, Prolar y Copasa.
- **Holística:** Significa una concepción basada en la integración total frente a un concepto o situación.



ANEXOS

ANEXOS**Anexo 1: ENTREVISTA (Gerente de País):**

-¿Existen políticas o procedimientos a seguir para consultar sus decisiones con el gerente regional?

R: Se hacen informes de las actividades y cumplimientos de la empresa, y se envían a la gerencia regional, así mismo si surgen problemas sobre en el ámbito local se les consulta inmediatamente y se espera su respuesta, se mandan posibles propuestas de solución a espera de aprobaciones.

-Actualmente como está organizada estructuralmente la empresa (puestos de trabajo y nivel organizacional)?

R: Existen 4 niveles de trabajo, y los puestos son gerente de país, jefe de mercadeo, jefe de capacitación, asistente comercial y jefe de puntos de venta.

-¿Con que frecuencia se presentan informes a la gerencia regional?

R: los informes se envían mensualmente y se envían los cumplimientos de metas y objetivos.

-¿Qué les gustaría que la empresa mejorara en el proceso de toma de decisiones?

R: Pues el proceso se maneja muy bien hay fluidez en los canales de comunicación, quizás la debilidad surge es aspectos localmente solucionables pero en general hay mucha dinámica.

-¿Con que frecuencia hay reuniones entre usted y el gerente regional?

R: semestralmente hay reuniones, ya sea acá en Nicaragua o en Costa Rica.

-¿Cree usted que los empleados cumplen con las funciones estipuladas en su cargo?

R: Si hay una muy buena aptitud de nuestros colaboradores y hasta el momento cumplen con sus funciones principales, mas no en su totalidad.

-¿Es de su conocimiento el manual de funciones de la organización?

R: se maneja un manual general de todos los puestos de Mabe.

Anexo 2: ENTREVISTA (Jefe de Mercadeo y Jefe de Capacitación):**-¿Cómo se sienten en su puesto de trabajo?**

R: Jefe Mercadeo: Se podría decir que estoy cómoda con las tareas que son concernientes al puesto, aunque en ocasiones se me solicita que realice actividades ajenas a mi cargo.

Jefe Capacitación: En general si, aunque en lo personal me gustaría que existiera mas motivación para el personal.

-¿Cuándo surge algún problema a quien tienen que acudir?

R: Muestro jefe inmediato es el gerente de país, y él a su vez consulta al gerente regional para que nos otorgue el visto bueno y que hacer en casos de alguna contingencia.

-¿Están de acuerdo con el proceso que se lleva a cabo para la toma de decisión?

R: Jefe Capacitación: Pues en ocasiones se podría agilizar mas si el proceso de toma de decisiones no fuera tan centralizado ya que se consulta a la gerencia regional en cualquier aspecto que surge no solo en nuevos planes de mercado o campañas que se realicen.

-¿Desearían que su jefe le diera cierto grado de libertad para dar solución rápido a algún problema sin tener que consultarlo?

R: Jefe Capacitación: Mas que libertad es agregar más liderazgo e autonomía de la gerencia regional ya que en aspectos locales podríamos ganar espacio

Jefe Mercadeo: Además de tiempo con respecto a la competencia, se han dado casos que por retrasos en respuestas la competencia acapara a nuestros clientes.

-Del 1 al 10 que grado de involucramiento tiene el Gerente de País con ustedes?

R: Jefe Mercadeo: 8.

Jefe Capacitación: 7.

-¿Quién o quiénes son los tomadores de decisiones en la empresa?

R: Gerencia Regional y Gerencia de País

-¿Qué funciones desempeña en su puesto de trabajo?

Jefe Mercadeo:

**Supervisar el desarrollo y ejecución de las actividades promocionales y la publicidad de la empresa tales como impresos, publicidad directa por correo, comercial de televisión y radio. Esto incluye trabajar con diseñadores gráficos y escritores para asegurar la adecuada producción del material de publicidad.*

** Trabajar con agencias de publicidad para crear campañas publicitarias para la empresa.*

** Formular, dirigir y coordinar las actividades y políticas de mercadeo para promocionar la empresa y sus servicios y trabajar con los gerentes de publicidad y promociones cuando sea necesario.*

** Identificar, desarrollar y evaluar una estrategia de mercadeo basada en el conocimiento de los objetivos del establecimiento, características del mercado y los factores de costos y recargos.*

** Negociar contratos con los vendedores y distribuidores para gestionar distribución de materiales impresos y desarrollar estrategias de distribución.*

Jefe Capacitación:

**Brindar apoyo al Asistente Comercial.*

**Dar capacitaciones a los distribuidores sobre los nuevos productos.*

**Capacitar a todo el personal sobre nuevas adquisición de maquinaria.*

**Efectuar evaluaciones al desempeño al personal pertinente.*

**Brindar apoyo a personal de nuevo ingreso.*

-¿Con que frecuencia reciben supervisión y de quien?

R: Jefe Capacitación: Se nos hace evaluación y desempeño cada 3 meses por la gerencia regional, envían a un supervisor y además evalúan el cumplimiento de las metas trimestrales

-Que les gustaría que la empresa cambiara?

R: Jefe Mercadeo: el aspecto de la centralización de la toma de decisiones y que el gerente de país fuera el que tuviera la última palabra en los aspectos locales.

-¿Cree que las funciones que desempeña en la empresa están acorde a su puesto de trabajo por el que fueron contratados?

R: Jefe Mercadeo: Bueno en para la parte del reclutamiento y búsqueda de nuevo personal en caso de que haya alguna baja yo soy la encargada de filtrar a los posibles candidatos y pasarlos a la gerencia de país para que este a su vez los pase al gerente regional, al final tengo retrasos en otras actividades pero hay que hacerlo.

Jefe Capacitación: Pues realmente creo q las funciones que desempeño son más de acorde a otro puesto que al de capacitación.

Anexo 3: FICHAS OCUPACIONALES actuales Mabe - Nicaragua

1. Gerente de País

OBJETIVO Y ALCANCE

1.1. Planificar, organizar, dirigir, desarrollar, controlar, supervisar las actividades diarias del departamento de mercadeo y ventas para asegurar el buen desempeño y crecimiento de las marcas y las ventas.

FUNCIONES E INTERRELACIÓN

Funciones	Descripción de las Actividades	Interrelación
Preparar planes y presupuestos de ventas	Calcular la demanda y pronosticar las ventas	Gerencia Comercial Mabe
Desarrollar la metodología de trabajo	Planificar los objetivos y estrategias del personal (establecer metas y objetivos)	Gerencia Comercial Mabe
Visitar a los diferentes clientes para conocer la situación del mercado e implementar planes promocionales	<ul style="list-style-type: none"> - Aceptación de nuevos clientes - Asegurar el cumplimiento de metas de ventas y despachos, el establecimiento de relaciones comerciales con los clientes 	Clientes Distribuidores
Negociar condiciones con clientes	<ul style="list-style-type: none"> - Determina listas de precios (cantidades, plazos y precios) 	Clientes Distribuidores

Ejecución presupuestaria	<ul style="list-style-type: none"> - Compra de suministros, servicios, otros. - Revisión y autorización de los flujos de caja proyectados 	Gerencia Comercial
	<ul style="list-style-type: none"> - Pagos recurrentes y no recurrentes (cheques, transferencias, depósitos) - Aprobación de fondos de caja chica - Análisis de costos de ventas 	Contraloría
Administración de la propiedad y del equipo	Ajustes de inventario tipo B, por devolución de clientes, salida de inventario por préstamo para actividades comerciales, por regalías a clientes, venta tipo B	Contabilidad
Administración del cumplimiento de las obligaciones laborales	<ul style="list-style-type: none"> - Declaración de impuestos - Revisión de estados financieros 	Contabilidad y Gerencia de Recursos Humanos

Promover y propiciar un ambiente seguro y saludable de trabajo, optimizando las condiciones físicas y psicológicas de sus colaboradores, minimizando, o eliminando los factores de riesgo inherente sus procesos productivos. (*)	Promover la salud y seguridad ocupacional entre sus colaboradores, de forma en que este objetivo esté implícito en todos lo procesos bajo su responsabilidad.	Colaboradores
Funciones	Descripción de las Actividades	Interrelación
	Aplicar en todo momento las medidas disciplinarias establecidas por la empresa ante el incumplimiento de las normas de seguridad.	Colaboradores; Gerencia de Recursos Humanos
	Nunca permitir ni promover, juegos, bromas o el uso de elementos que puedan desconcentrar en el trabajo	Colaboradores
	Garantizar en todo momento (desde que inicia, hasta que termina la jornada de trabajo) el uso de equipo de protección personal y la ropa adecuada para el trabajo.	Colaboradores

	<p>Nunca permitir que ninguno de sus colaboradores trabaje bajo los efectos del licor o de alguna otra droga que ponga en peligro la integridad física o sicológica de sus colaboradores.</p>	<p>Colaboradores; Gerencia de Recursos Humanos</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------

2. Promotor de marca

OBJETIVO Y ALCANCE

2.1. Impulsar la venta de nuestros productos, visitar, atender y capacitar a todos los vendedores de la zona asignada.

FUNCIONES E INTERRELACIÓN

Funciones	Descripción de las Actividades	Interrelación
Visitar los puntos de ventas y colocar material POP	<ul style="list-style-type: none"> - Velar porque los puntos de ventas estén bien decorados con el material POP - Excelente presencia de productos y bien exhibidos 	Jefatura de Mercadeo
Capacitaciones	Velar porque los vendedores de piso de las tiendas conozcan las características y beneficios del producto	Jefatura de Mercadeo
Actividades en los puntos de ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Estar atento y reportar a la gerencia los movimientos de la competencia. - Recopilar información acerca de los precios, POP, shoppers... de la competencia, realizar pedidos transfer. - Velar por la buena ubicación y exhibición de nuestros productos en el punto de venta - Impulsar nuestros productos. - En cada visita a los clientes, deberá de dar apoyo constante principalmente en eventos especiales, buscando que el consumidor final, conozca las ventajas de adquirir un producto nuestro. 	Jefatura de Mercadeo

<p>Realizar informes semanales</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Cumplir con las actividades diarias, entrega de gastos y facturas, reporte de kilometraje - Realizara investigación permanente sobre la evolución del mercado y la competencia. - Tendencias que presenta el mercado, preferencias de los clientes, objeciones de nuestros clientes, etc.) - Deberá de informar a cada uno sus clientes asignados, acerca de la variedad de productos con los que contamos, y de haber un interés por parte del cliente, para comprar más productos, deberá de informarlo al gerente comercial o a la coordinadora de mercadeo. - Mantendrá al tanto a la coordinadora de mercadeo sobre las promociones que realice la competencia (descuentos, ofertas, regalías, sorteos, productos nuevos, etc.) - Realizara investigación permanente sobre los precios de nuestros productos, y de los productos de la competencia, en los pisos de venta de los clientes. - Reportar a Serviplus acerca de cualquier solicitud de servicio que requieran los clientes, informando acerca del numero de serie, modelo. 	<p>Jefatura de Mercadeo, Gerencia Comercial</p>
------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------

3. Jefe de Mercadeo

OBJETIVO Y ALCANCE

3.1. Administrar las marcas de una forma más específica y eficiente, planeando y desarrollando actividades dirigidas a la venta de nuestros productos, identificando las características de los consumidores y los mercados. Crear valor en las marcas y un excelente servicio al cliente.

FUNCIONES E INTERRELACIÓN

Funciones	Descripción de las Actividades	Interrelación
Publicidad y medios	<ul style="list-style-type: none"> - Sirve de enlace como empresa y las agencias de publicidad o de promociones con las cuales se contratan diversas funciones de publicidad o promoción. - Selecciona los medios de comunicaciones con bases objetivas tales como radio, televisión, periódicos, revistas, y publicidad externa. - Da seguimiento y coordina los esfuerzos publicitarios y tiempos de exposición en medios masivos (radio, TV prensa, medios exteriores). 	Agencias de Publicidad
Puntos de ventas	<ul style="list-style-type: none"> - Apoya el desplazamiento de los productos en los pisos de ventas a través de: - Desarrollo de un plan de trabajo de promotoria - Exhibiciones y demostraciones de uso de nuestros productos - Colocación de material POP 	Promotoria y Clientes Distribuidores

Trade-marketing	Desarrolla promociones de ventas: estableciendo un acercamiento con los clientes creando y dirigiendo programas de promoción combinando publicidad con incentivo de compra para incrementar las ventas, apoyo en publicidad compartida de marcas, patrocinios promociones al consumidor final, promociones al vendedor de piso, desarrollo de actividades BTL, participación en exhibiciones especiales y ferias	Gerencia Comercial y Promotoria
Investigación de mercado	Recolecta información, segmentación de mercados, pronósticos, desarrollo de modelos, valoración de análisis, necesidades de los consumidores, floor share, presencia de marca, reporte de precios, actividades de la competencia	Gerencia de Producto
Exposiciones de la marca	Cuida la imagen de la marca y manera de exhibición Genera espacios para la exposición de la marca	Promotoria y Clientes Distribuidores
Planeación de marketing desarrollo de productos y mercado	Desarrolla alianzas con otras empresas y relaciones de trabajo con proveedores externos (agencia de publicidad, de relaciones públicas, distribuidores)	Gerencia Comercial Clientes Distribuidores Agencias de Publicidad
Presupuesta	Lleva el detalle y control de gastos del presupuesto de mercadeo por marca	Gerencia Comercial
Seguimiento y control del plan de mercadeo	Desarrolla de estrategias por marca, producto, precio, canal etc.	Gerencia Comercial y Promotoria

Diseñar material	Desarrolla de folletos, catálogos, promocionales y otros materiales fundamentales para la venta	Gerencia de Producto
Manejo de personal	Dirige, entrena y desarrolla de manera muy detallada al personal directamente a su cargo (promotoria)	Gerencia de Recursos Humanos

4. Asistente Comercial

OBJETIVO Y ALCANCE

4.1. Desarrollar perspectivas y prestar asistencia en el área de mercadeo y ventas de la distribuidora.

FUNCIONES E INTERRELACIÓN

Funciones	Descripción de las Actividades	Interrelación
Realización de informes	<ul style="list-style-type: none"> - Colectar, filtrar y diseminar datos informativos para la realización de informes mensuales. - Envío de documentación vía correo electrónico. 	Gerencia Comercial
Redacción y documentación	Confección de cartas, memos, notas de crédito, débito, solicitudes de transferencia	Gerencia Comercial y Mercadeo
Mantener actualizados archivo	Atender y dar seguimiento a la agenda y base de datos de los clientes	Gerencia Comercial
Preparar documentos y material necesario	Cuadros de descuento, forecast, consolidado reporte de kilometraje, flujo de caja, elaboración de listas de precios y cambios de precios, resultados de ventas	Gerencia Comercial
Control de gastos de mercadeo, ventas y capacitación	Elaboración de cheques, revisión de facturas	Gerencia Comercial, Mercadeo y Capacitación
Administración de propiedad y equipo	Inventario POP, control sobre material promocional, Inventario de productos en exhibición, Devolución de clientes	Gerencia Comercial

5. JEFE DE PDV

Descripción del puesto

1. Principales Funciones

- Planificar, coordinar, supervisar y evaluar el trabajo del equipo de promotoría, e implementar acciones que permitan mejorar su desempeño:
 - Asignar rutas de promotores
 - Supervisar directamente la labor de los promotores
 - Implementar evaluaciones mensuales del desempeño de los promotores
 - Capacitar a los promotores en las labores del puesto y coordinar capacitaciones de producto para el equipo de promotoria
 - Elaborar consolidados de reportes de promotoria: sell-out, sugeridos de ventas, producto sacado de bodegas, competencia, etc.
 - Coordinar la solicitud de repuestos y la entrega del informe de reportes de servicio por ruta con Servicio Técnico
 - Liderar la reunión quincenal de promotoria

- Estrechar la relación con los administradores y personal de PDV

- Asegurar y monitorear el cumplimiento del cuadro básico del cliente en los PDV

- Negociar con los administradores de PDV más y mejores ubicaciones para nuestras marcas y productos

- Negociar con los administradores de PDV el ingreso de nuevos productos en sus pisos

- Analizar la situación del mercado, identificando oportunidades y riesgos relacionados con la participación de nuestras marcas y productos en los PDV
- Recopilar, consolidar y analizar mensualmente el sell-out por cliente clave y PDV clave
- Analizar la rotación de nuestros productos en el PDV e implementar acciones para mejorarla
- Elaborar reportes mensuales de situación de mercado, sell-out y rotación de productos por cliente y PDV clave
- Monitorear las acciones de la competencia en el PDV e informar de ellas al equipo comercial de Mabe (Comercial-Producto-Mktg)
- Desarrollar en conjunto con el equipo comercial de Mabe (Comercial-Producto-Mktg) planes de acción que permitan mejorar la participación y sell-out de nuestras marcas en los PDV
- Implementar dichos planes de acción y monitorear sus resultados
- Apoyar al equipo de promotoria en la implementación de los planes de trademktg en los PDV:
 - Distribución y colocación de POP
 - Colocación de exhibiciones especiales
 - Distribución y colocación de materiales promocionales
 - Divulgación de información sobre incentivos a vendedores de piso y administradores
 - Entrega de incentivos de programa Mabe
 - Asignación de promotores para activaciones

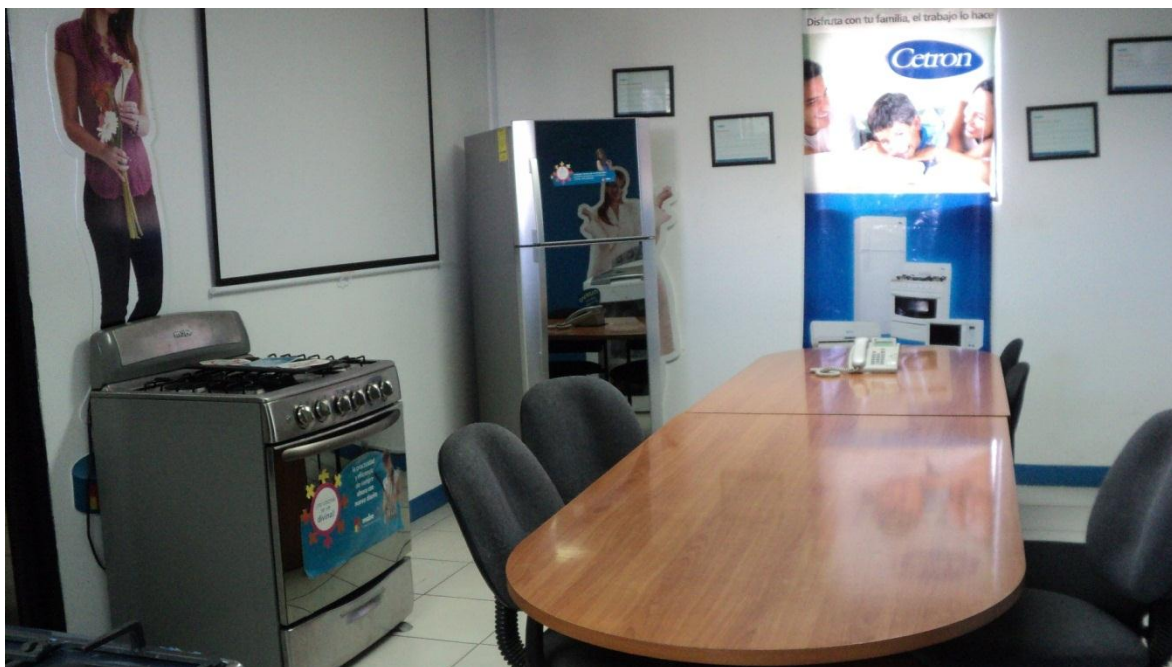
Anexo 4: INSTALACIONES Mabe-Nicaragua***Foto1: Entrada Plaza Norte******Foto2: Sala de Reuniones***

Foto3: Entrada a Oficinas



Foto4: Oficina Jefe de Mercadeo

